

「東京ブランドのあり方検討会」
第2回会議用プレゼンテーション要点（コシノヒロコ）

前回のボランティアユニフォーム決定の際には、公募によって選ばれたデザインがそのまま採用されず関係各所からさまざまな意見が入ったと聞いている。その結果、この若手デザイナーは気の毒な立場に立たされてしまった。同じことが繰り返されぬよう、以下のような確認と提案をしたい。

- * 前回の会議で合意されたように、デザインには、現存する観光ボランティアや語学ボランティアから、オリンピックの大会ボランティアや都市ボランティアまで、一筋に繋がる統一感が必要。
- * そのために、従来のように縦割りの中で各ボランティアユニフォームのデザインが決められるのではなく、行政や関連団体に横串を通す格好で、2020年やその先にも繋がる、幅広く、層の厚い、ユニフォーム・プロジェクトとして発足させることを提案する。
- * プロジェクトチームには、若手を含む複数のデザイナーが必要。その選出のためには、選出する人々の構成によって左右されないよう、客観的で細かなガイドラインを設定する。
- * もしも公募ないしオーディションで選定するなら、その選出には、デザインの専門家で構成される審査会があたるべき。（都知事や都の担当部局、ボランティア団体の関係者などは、その結果を最終的に承認する立場。）
- * さらに、日本をアピールするツールでもある以上、素材や生産を純国産にするといったこだわりも提案したい。アパレル業界団体13団体から成る日本ファッション産業協議会が、J-QUALITY商品認証制度という制度を設けている（別紙参照）。このJ-QUALITY認証を得ることで、日本の優れたものづくりのPRや、全国の産地やメーカーを後押しすることに繋がる。
- * その協議会に関わる専門家にも、プロジェクトチームに加わっていただく。
- * ユニフォームの意味とは、その服を着ることによって共通の使命を持つこと。そして、その服を着てみたいからボランティアをしたいという意識を喚起することである。
- * まずは、東京ブランドの核を決めること。そのブランディングを前提に、有能なデザイナーたちから成るデザインチームでコンセプトを固めること。そのコンセプトは、各種のボランティア組織に共通したものであること。そして具体的な生産にあたっては、業界の英知を結集すること。従来の仕組みにとらわれず柔軟な、そして強固なプロジェクトチームづくりが必須だ。

以上